

**Plan Marketing**

**[Nom de la société]**

**Période**

**[Insérer les dates]**

## Notre objectif

[Résumer l’objectif global de votre stratégie de marketing et comment le plan marketing doit contribuer à la croissance de votre entreprise.]

Sommaire

[Notre objectif 1](#_Toc19874088)

[Présentation de l’entreprise 5](#_Toc19874089)

[Notre société 5](#_Toc19874090)

[Notre équipe marketing 5](#_Toc19874091)

[Énoncé de mission 5](#_Toc19874092)

[Objectifs d’entreprise 6](#_Toc19874093)

[Objectif no. 1 : 6](#_Toc19874094)

[Objectif no. 2 : 6](#_Toc19874095)

[Objectif no. 3 : 6](#_Toc19874096)

[Analyse SWOT : 7](#_Toc19874097)

[Forces : 7](#_Toc19874098)

[Faiblesses : 7](#_Toc19874099)

[Opportunités : 7](#_Toc19874100)

[Menaces : 7](#_Toc19874101)

[Marché cible : 7](#_Toc19874102)

[Secteurs d'activité 7](#_Toc19874103)

[Personnalité de l'acheteur 7](#_Toc19874104)

[Analyse concurrentielle 8](#_Toc19874105)

[Concurrent no. 1 : 8](#_Toc19874106)

[Concurrent no. 2 : 8](#_Toc19874107)

[Concurrent no. 3 : 8](#_Toc19874108)

[Stratégie de marketing : 9](#_Toc19874109)

[Produit 9](#_Toc19874110)

[Prix 9](#_Toc19874111)

[Promotion 9](#_Toc19874112)

[Personnel 9](#_Toc19874113)

[Processus 9](#_Toc19874114)

[Budget 10](#_Toc19874115)

[Canaux de marketing 11](#_Toc19874116)

[[Site internet/Publication/Réseau social no.1] 11](#_Toc19874117)

[[Site internet/Publication/Réseau social no.2] 11](#_Toc19874118)

[[Site internet/Publication/Réseau social no.3] 11](#_Toc19874119)

[[Site internet/Publication/Réseau social no.4] 11](#_Toc19874120)

[Objectifs marketing 12](#_Toc19874121)

[Campagne no. 1 12](#_Toc19874122)

[Campagne no. 2 12](#_Toc19874123)

[Campagne no. 3 12](#_Toc19874124)

[Plan d’action marketing 13](#_Toc19874125)

[Revue du plan d'action marketing 15](#_Toc19874126)

## Présentation de l’entreprise

### Notre société

[Décrivez les antennes géographiques de votre entreprise (siège et auxiliaires), les différents produits et prestations qu’elle offre, précisez depuis combien de temps elle existe.]

### Notre équipe marketing

[Expliquez brièvement la structure de votre équipe marketing (noms et descriptions des postes) ainsi que les autres personnes qui travaillent avec elle (ex : sous-traitants).]

### Énoncé de mission

[Ce passage doit contenir l’énoncé de mission de votre entreprise ainsi que ses principaux objectifs et stratégie de marketing. ]

## Objectifs d’entreprise

[Précisez les principaux objectifs recherchés par votre entreprise :]

### Objectif no. 1 :

**Description :**

**Unité de mesure de succès :**

### Objectif no. 2 :

**Description :**

**Unité de mesure de succès :**

### Objectif no. 3 :

**Description :**

**Unité de mesure de succès :**

## Analyse SWOT :

### Forces :

### Faiblesses :

### Opportunités :

### Menaces :

## Marché cible :

### Secteurs d'activité

[Dressez la liste des secteurs d’activité que vos projets marketing cherchent à cibler :]

**[Secteur no. 1]**

**[Secteur no. 2]**

### Personnalité de l'acheteur

[Essayez de répondre aux questions suivantes concernant votre acheteur cible :]

* Où habite-t-il/elle ?
* Quel est son métier ?
* Dans quel secteur travaille-t-il/elle ?
* Quel âge a-t-il/elle ?
* Quels sont ses objectifs et ses difficultés ? Quels sont ses « pain points » (désagréments) ? Quelles sont ses valeurs ?
* Que peuvent faire vos produits pour l'aider à résoudre ses problèmes ?

**[Personnalité de l'acheteur no. 1]**

**[Personnalité de l'acheteur no. 2]**

## Analyse concurrentielle

[Dressez la liste des sociétés qui sont en concurrence avec la votre pour les parts du marché cible, en précisant les produits et prestations concernés.]

### Concurrent no. 1 :

Produits concurrents :

Canaux utilisés :

Stratégies :

### Concurrent no. 2 :

Produits concurrents :

Canaux utilisés :

Stratégies :

### Concurrent no. 3 :

Produits concurrents :

Canaux utilisés :

Stratégies :

## Stratégie de marketing :

### Produit

[Décrivez les produits que vous vendez sur les marchés cibles, comment ils résolvent les problèmes de vos clients et les différences qu’ils présentent avec les produits concurrents.]

### Prix

[Expliquez vos prix/tarifs, ainsi que les offres et promotions que vous prévoyez]

### Promotion

[Expliquez comment vous envisagez la promotion de vos produits, ainsi que les canaux et stratégies utilisées.]

### Personnel

[Décrivez le rôle et les responsabilités de chaque membre de votre équipe marketing.]

### Processus

[Expliquez comment vous livrez les produits, comment vous assurez la continuité d’une prestation, et si vous offrez une assistance et un service après-vente.]

## Budget

|  |  |
| --- | --- |
| **Dépenses** | **Coût estimé** |
| Logiciel |  |
| Événementiel |  |
| Marketing en ligne |  |
| Contenu marketing |  |
| PPC |  |
| Campagnes email |  |
| Campagnes sur réseaux sociaux |  |
| Affiches publicitaires |  |
| Campagnes de presse |  |
| Sponsors |  |
| Publipostages et imprimés |  |
| **Total** |  |

## Canaux de marketing

[Dressez la liste des canaux que vous utiliserez pour sensibiliser le marché et prospecter. Ajoutez l’objectif principal pour chaque canal et la façon de mesurer les résultats.]

### [Site internet/Publication/Réseau social no.1]

Objet du canal :

Unité de mesure :

Objectif :

### [Site internet/Publication/Réseau social no.2]

Objet du canal :

Unité de mesure :

Objectif :

### [Site internet/Publication/Réseau social no.3]

Objet du canal :

Unité de mesure :

Objectif :

### [Site internet/Publication/Réseau social no.4]

Objet du canal :

Unité de mesure :

Objectif :

## Objectifs marketing

[Faites la liste des campagnes que préparera votre équipe marketing afin d'atteindre les objectifs du plan marketing :]

### Campagne no. 1

**Description :**

**Objectif de cette initiative :**

**Unité de mesure de succès :**

### Campagne no. 2

**Description :**

**Objectif de cette initiative :**

**Unité de mesure de succès :**

### Campagne no. 3

**Description :**

**Objectif de cette initiative :**

**Unité de mesure de succès :**

## Plan d’action marketing

[Résumez les activités marketing prévues dans le tableau ci-dessous :]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Activité** | **Responsable** | **Échéancier** | **Personnalité de l'acheteur** | **Objectif** | **Coût** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

## Revue du plan d'action marketing

[Passez en revue les activités marketing, ainsi que le calendrier, et ajustez votre stratégie si nécessaire.]

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Activité** | **Objectif** | **Date de la première revue** | **Résultat** | **Nouvel objectif** | **Date de la seconde revue** | **Résultat final** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

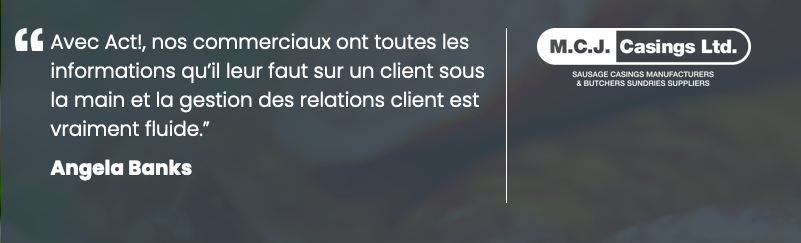


**Vous avez besoin d'aide pour atteindre vos objectifs marketing ?**

Essayez Act! gratuitement et découvrez des fonctionnalités conçues pour faciliter la mise en place de votre plan marketing et atteindre vos objectifs.

Maximisez votre prospection, gérez vos projections de ventes et soignez vos relations client - tout cela avec une seule et même plateforme marketing, Act!.

[Essayez dès maintenant](https://my.act.com/fr-fr/trial/).

[](https://www.act.com/fr-fr/temoignages-client)